

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. (2017, September Kamis). *Penjelasan tentang uji normalitas dan metode perhitungan*. Diambil kembali dari [www.statistikian.com](http://www.statistikian.com):  
<https://www.google.com/amp/s/www.statistikian.com>
- Johanness. (2018). *Uji Reliabilitas*. Diambil kembali dari [konsultansps.blogspot.com](http://konsultansps.blogspot.com): <http://konsultansps.blogspot.com/p/uji-reliabilitas.html?m=0>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jl. H Baping Raya No. 100 Ciracas, Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Minan. (2016, September sabtu). *jurnal pemasaran*. Diambil kembali dari <http://webjurnalpemasaran.blogspot.com/2016/09/jurnal-pemasaran.html>
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Subagyo, P., & Djarwanto. (2005). *Statistika Induktif Edisi 5*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wahyono, B. (2013, februari 11). *pengertian, dasar penetapan, dan tujuan penetapan harga*. Diambil kembali dari [www.pendidikanekonomi.com](http://www.pendidikanekonomi.com):  
<http://www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dasar-penetapan-dan-tujuan.html>
- [www.ums.ac.id](http://www.ums.ac.id). (t.thn.). Diambil kembali dari [www.ums.ac.id](http://www.ums.ac.id):  
[www.ums.ac.id/id/program-internasional](http://www.ums.ac.id/id/program-internasional)

- Yulianto, J. A. (2011, May Monday). *pandidikan.blogspot.com*. Dipetik October Sunday, 2018, dari <https://pandidikan.blogspot.com/2011/05/kualitas-pendidikan.html>
- Adi, A. ferry R. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Al-Salamin, H., & Al-Hasan, E. (2016). *The Impact of Pricing on Consumer Buying Behavior in Saudi Arabia : Al-Hassa Case Study*, (May).
- Amron, A. (2018). *Effects Of Product Quality , Price , And Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product*, 6(4), 1–8.
- Andini, P. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Hyundai i20*, 20, 1–73.
- Anggraeni, D. P. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, 37(1).
- Budiaji, W. (2013). *Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert*, 2(2), 127–133.
- Djumarno, Sjafar, O., & Djamaluddin, S. (2017). *The Effect of Brand Image , Product Quality , and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty*, 2(10), 15–24.
- Edwar, D. M., & Si, M. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar*, 1–11.
- Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2012). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi*, (c).
- Heryanto, I. (2015). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*, 9(2), 80–101.
- Khakim, M. L. (2014). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Semarang*, (September 2014), 1–18.
- Lenzun, J., Massie, J., & Adare, D. (2014). *Pengaruh kualitas produk, harga dan*

*promosi terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar telkomsel*, 2(3), 1237–1245.

- Nangoy, S., Mandey, S., & Kawet, L. (2014). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado*.
- Pratiwi, P. A. O. A., & Sudiksa, I. B. (2012). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Agung Automall Denpasar*, 1053–1070.
- Rasmansyah. (2017). *The effect of service quality and promotion to customer satisfaction and implication of customer loyalty in vehicle financing company in Jakarta Indonesia*.
- Saparudin, H. (2015). *Pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor di pt. subur plus indramayu*, 1(1).
- Sari, R. K., & Yulisetiarni, D. (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*, 10(2).
- Setiawan, W., & Sugiharto, S. (2014). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya*, 2(1).
- Tangguh, G. G., Pangestuti, E., & Nuralam, I. perwangsa. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride*, 61(2), 118–126.
- Tjiptodjojo, K. imasari. (2012). *Odd Price: Harga, Psikologi dan Perilaku Konsumen dalam Purchase Decision Making*, 11(2009).
- Wakhidah, E. N., Permatasari, Y. ayu, & Pramesti, D. (2017). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*.
- Wanda, K. W. (2015). *Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Lulu Mart Samarinda*, 3(4), 757–768.